

平成30年3月5日

各 位

会 社 名 フュージョン株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 佐々木 卓也
コード番号：3977 札証アンビシヤス
問 合 せ 先 管理部門担当専務取締役 安田 真
(TEL. 011-551-8055)

「第32回全日本DM大賞」受賞に関するお知らせ

当社は、平成30年3月2日に贈賞式が行われた第32回全日本DM大賞において、金賞を受賞いたしました。また、銀賞1作品、銅賞2作品、日本郵便特別賞1作品を含めた計5作品が受賞いたしました。

これにより、当社の全日本DM大賞受賞は11年連続となり、また初の金賞受賞となりました。

今回の受賞作品及びこれまでの受賞歴については、以下のページをご覧ください。

<https://www.fusion.co.jp/results/awardsreceived.html>

全日本DM大賞（主催：日本郵便株式会社）は、ダイレクトメール（DM）施策に対する日本最大のアワードであり、以下の3軸で評価されます。

- ・戦略性 : 目的設定は妥当か、目的達成のためのターゲット・手段の選択は適切か
- ・クリエイティブ : 制作物のクオリティはどうか
- ・実施効果 : どのような成果が得られたか

今回の受賞においても、施策の戦略性や、DMのクリエイティブ、実際の実施効果を総合的に評価され受賞に至ったものであります。

当社は、今後もDMをはじめとする顧客コミュニケーション施策を通して企業と消費者の距離を縮め、クライアント企業のビジネスの成功に貢献できるよう努力してまいります。

今回の主な受賞作品の内容は以下の通りです。

【金賞】

目を引く絵本型&自分ごと化できるセグメンテーションでレスポンス率23% 休眠カムバック絵本 DM

- 広告主： CCC マーケティング株式会社
- 制作者： CCC マーケティング株式会社/当社
- DM概要

CCC マーケティング株式会社は、6,300万人の会員を有するTカードのデータを活用し、特定の属性・行動履歴を持つ会員をきめ細かくリスト化して、企業のプロモーション活動を支援しています。

今回金賞に輝いたのは、休眠客のカムバックを目的としたB to B DMです。過去に同社のセグメンテーションを利用して販促施策を行ったことがあるものの、直近2年間はサービス利用のない企業に対し、改めてどのようなセグメンテーションが可能か、どの程度のリーチ数が見込めるかを分かりやすく伝えて「また利用してみよう」と思ってもらえることが目的でした。

そこで、DMの形式として絵本型を採用。開封率を上げるとともに、専門的な内容を直観的に伝えることを目指しました。絵本のページには様々な形の穴が開いています。大勢の人物が描かれた最初のイラストに、ページをめくって穴を重ねていくことで、ターゲットを絞り込んでいく様子を疑似体験できる仕掛けです。

さらに、送付先企業の業種に合わせてDMの内容を変更することで、即座に販促活動へ活用できる具体的なセグメント条件とセグメント後の人数を提示し、担当者に「自分ごと化」してもらうことに成功しました。

このDMを送付した結果、22.7%と高いレスポンス率を達成。40社以上との商談につながり、費用対効果(ROI)は500%にも上りました。



【銀賞】

学生の嗜好を追求し、SNS でも大きな話題
オープンキャンパス DM

■広告主： 東京電機大学

■制作者： 当社

■DM概要

東京電機大学のオープンキャンパスへの来場者数増を目的として実施されたDMです。

在校生にヒアリングしたところ、アニメ好きな学生が多く、研究同様にアニメにも熱中する傾向があることが分かりました。そこで、自校と親和性の高いターゲットとして「アニメ好きな高校生」を想定。ライトノベル風、カードゲーム風、キャラクター紹介風の3種のDMクリエイティブを作り込みました。

この結果、オープンキャンパスへの来場者数は過去最高を記録。SNSでも多数拡散され、DMを送付した学生以外からも大きな注目を集めました。



《本リリースについてのお問い合わせ先》

フュージョン株式会社 管理部

TEL： 011-551-8055 【対応時間】9：00～18：00（土日祝休）

URL： <https://www.fusion.co.jp/ir/contact/>

以上